



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2009

Tell für Pierre: Ein Schweizer Mythos im Spannungsfeld von Medien und Religion

Pezzoli-Olgiati, Daria

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-40885>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Pezzoli-Olgiati, Daria (2009). Tell für Pierre: Ein Schweizer Mythos im Spannungsfeld von Medien und Religion. *Hermeneutische Blätter*, (1/2):113-129.

Tell für Pierre: Ein Schweizer Mythos im Spannungsfeld zwischen Medien und Religion

Daria Pezzoli-Olgiasi

Zu diesem wichtigen Jubiläum, Pierre Bühlers sechzigstem Geburtstag, möchte ich der Frage nachgehen, was schweizerische Identität ausmacht. Auf diese Idee bin ich gekommen, weil Pierre und ich die sprachlichen Minderheiten unseres Landes in der Zürcher Theologischen Fakultät vertreten.

Die Zugehörigkeit zur Eidgenossenschaft ist für alle, Einheimische und Zugewanderte, Minderheiten und Mehrheit, eine Art Bekenntnis. Die «Schweiz» kann als eine Auseinandersetzung mit der Idee einer besonderen Solidarität unter ganz verschiedenen Kantonen und Menschen gesehen werden. Eine Idee lässt sich ganz unterschiedlich deuten, umdeuten, interpretieren. Beispielsweise gefällt mir die gemalte Aussage von Ben *Je pense donc je suisse*, die man 1991 in Harald Szeemanns Jubiläums-Ausstellung *Visionäre Schweiz* betrachten konnte (Abb. 1).¹ Das wäre doch die ideale Landschaft für Intellektuelle, zu denen ich auch jene zähle, die sich Gedanken zur Religion machen.



Abb. 1: *Je pense donc je suisse*, 1991, Acryl auf Leinwand, 116 x 86 cm, aus: H. Szeemann (Hg.), *Visionäre Schweiz*, Aarau 1991, 211.

Jedoch bin ich mir bewusst, dass sich mittels Bens Bild kein Schweizer Konsens finden liesse. Dazu braucht es schon eine stärker-

¹ H. Szeemann (Hg.), *Visionäre Schweiz*, Aarau 1991.

re, unumstrittenere Persönlichkeit, die für die gesamte Schweiz steht, die etwas Handfesteres bewirkt hat, als bloss Gedanken zu malen. Ich denke, dass unser nationaler Held diese Rolle übernehmen kann: Wilhelm Tell, ein solider, bodenständiger, heldenhafter Mensch, ein erfahrener Berg- und Seegänger, ein fürsorglicher Vater, ein Mann mit festem Glauben und Entschlossenheit, jemand, der die Folgen seiner Taten mit Würde zu tragen wusste.

Der religionswissenschaftliche Blick nimmt sich nun vor, diese Gestalt zu erkunden und seine im Nebel der Vergessenheit versunkenen Konturen im Spannungsfeld zwischen Mythos, Medien und Religion nachzuzeichnen.

Schillers «Wilhelm Tell» als literarischer Kristallisationspunkt einer Erzähltradition

Ganze Generationen von Schulkindern wurden mit der Idee vertraut gemacht, dass Wilhelm Tell der eigentliche Gründer der Eidgenossenschaft sei. Dennoch lässt sich die Figur am besten als literarische Gestalt betrachten, die im ausgehenden 18. Jahrhundert die Charakterisierung erhält, die unsere kollektive Vorstellung ziemlich einheitlich prägt.² Obwohl die Figur bereits früher in Literatur und Kunst³ erschien, formte Friedrich Schillers *Wilhelm Tell* wie kein anderer die Gestalt des Schweizer Helden.

Ich erachte es nicht für notwendig, an dieser Stelle den Plot in Erinnerung zu rufen. Für das Ziel des vorliegenden Essays möchte ich jedoch eine Stelle des Theaterstücks besonders hervorheben, die mir als Leitlinie in dieser Betrachtung des Tell-Mythos dient.

Nachdem Tell auf dem Altdorfer Platz den Hut missachtet hat, muss er sich Gessler stellen. Walther, der den Vater sehr bewundert, begleitet ihn:

² Vgl. Die Erfindung Tells oder Der eidgenössische Gründungsmythos von 1307, Beiträge der Arbeitstagung des Historischen Vereins Zentralschweiz vom 2. Juni 2007, in: Der Geschichtsfreund, Mitteilungen des Historischen Vereins Zentralschweiz, Bd. 160, 2007.

³ Vgl. die Beiträge im gleichen Band von H. Gasser, Die Urner Tellskapellen des 16. Jahrhunderts – Memorialkapellen mit Bilderzyklen, 67–76; H. Stadler Panzer, Die Tellmonumente von Altdorf, 77–86; F. de Capitani, Nationalgeschichte auf Schritt und Tritt. Traditionen und Perspektiven der Visualisierung, 87–93.

GESSLER. Ist das dein Knabe, Tell?
TELL. Ja, lieber Herr.
GESSLER. Hast Du Kinder mehr?
TELL. Zwei Knaben, Herr.
GESSLER. Und welcher ist's, den du am meisten liebst?
TELL. Herr, beide sind mir gleich liebe Kinder.
GESSLER. Nun Tell! Weil Du den Apfel triffst vom Baume
Auf hundert Schritte, so wirst Du deine Kunst
Vor mir bewähren müssen – Nimm die Armbrust –
Du hast sie gleich zur Hand – und mach dich fertig,
Einen Apfel von des Knaben Kopf zu schiessen –
Doch will ich raten, ziele gut, dass du
Den Apfel treffst auf den ersten Schuss,
Denn fehlst du ihn, so ist dein Kopf verloren.
(*Alle geben Zeichen des Schreckens.*)
TELL. Herr – Welches Ungeheure sinnet Ihr
Mir an – Ich soll vom Haupte meines Kindes –
– Nein, nein doch, lieber Herr, das kömmt Euch nicht
– Zu Sinn – Verhüt's der gnäd'ge Gott – das könnt Ihr
Im Ernst von einem Vater nicht begehren!
GESSLER. Du wirst den Apfel schiessen von dem Kopf
Des Knaben – Ich begeh'r's und will's.
TELL. Ich soll
Mit meiner Armbrust auf das liebe Haupt
Des eignen Kindes zielen – Eher sterbe ich!
GESSLER. Du schiessst oder stirb mit deinem Knaben.
TELL. Ich soll der Mörder werden meines Kinds!
Herr, Ihr habt keine Kinder – wisset nicht,
Was sich bewegt in eines Vaters Herzen.⁴

In dieser Schlüsselstelle wird Gesslers willkürliche Macht Tell als dem beschützenden, fürsorglichen Vater gegenübergestellt. Wie es immer noch typisch für Thriller- und Horrorfilme ist, wird mit der Figur des unschuldigen Kindes die Grausamkeit der Welt dramaturgisch effektiv inszeniert.⁵

Die liebevolle, fast mütterliche Seite des unbesiegtten Schützen prägt stark die spätere Wahrnehmung der Gestalt. Der Konflikt zwischen Vaterliebe und Pflicht gegenüber einer unterdrückenden, willkürlichen und destruktiven Macht wird zum Kerngegensatz, der die Aufnahme Wilhelm Tells in die Kunst- und populäre Produktion bis zum heutigen Tag prägt.

⁴ 3. Aufzug, 3. Szene, 1878–1880; aus: F. Schiller, *Wilhelm Tell*, Schauspiel, Stuttgart 2000.

⁵ Vgl. dazu Ch. N. Brinckmann, *Das kleine Mädchen im Film*, in: L. Blattmann u.a., *Feministische Perspektiven in der Wissenschaft*, Zürich 1993, 79–94.

Schiller inszeniert diesen Kontrast als moralisches und affektives Dilemma. Im zitierten Ausschnitt werden Gesslers willkürliche Grausamkeit und Tells Standhaftigkeit mit einer Klimax inszeniert. Tell hat am Schluss keine Chance: Entweder schiesst er den Pfeil in den Apfel auf Walthers Kopf oder Vater und Sohn müssen das Leben hingeben. Somit wird die Armbrust zum Attribut des alpinen Schützen; sie drückt nicht nur seine ausgeprägte Fähigkeit, Präzision und Charakterstärke aus, sondern auch die Liebe und Fürsorge eines Vaters für das eigene Kind.

Ein Schweizer Mythos in der Kunst

Die Armbrust ist auch ein fester Bestandteil der visuellen Umsetzungen des Helden vor Schillers Werk, das 1804 uraufgeführt wurde, wie beispielsweise die Skulptur aus Bürglen aufzeigt (Abb. 2).



Abb. 2: Darstellung von Tell und Walther, die heute in Bürglen steht (Joseph Benedikt Curiger, 1786) © Pezzoli-Olgiati.

Am nachhaltigsten hat jedoch das Telldenkmal von Richard Kissling in Altdorf die kollektive Schweizer und internationale Vorstellung des Vater-Sohn-Verhältnisses zwischen Tell und Walther geprägt

(Abb. 3). Die Plastik, die ursprünglich zum 600sten Jubiläum der Eidgenossenschaft im Jahr 1891 hätte eingeweiht werden sollen, wurde schliesslich 1895 enthüllt; diese Darstellung stammt also von einer Zeit, «als die Schweizer Nation sich die Urschweizer Befreiungstradition aneignete und national überhöhte».⁶



Abb. 3: Richard Kisslings monumentales Werk in Altdorf © Pezzoli-Olgiate.

In Kisslings Darstellung wird die Beziehung zwischen Vater und Sohn emphatisch hervorgehoben: Das Kind steht neben dem ihn umarmenden Wilhelm und hält dessen Hand; der Vater strahlt männliche Sicherheit aus. Die Bewegung in der Kleidung verleiht der Plastik Dynamik. Die Blicke der Figuren sind besonders bedeutungsvoll. Walther schaut voller Vertrauen den Vater an, Tell hingegen blickt in die Weite.

Die Verbindungen zwischen diesem Werk, Schillers Stück und der Schweizer Ikonographie sind vielfältig. Einerseits verweist Kissling mit einem Zitat explizit auf das Theaterstück, andererseits wurde das Monument verwendet, um für die Tell-Spiele zu werben, wie das Plakat der ersten Aufführung in Altdorf 1899 zeigt (Abb. 4).

⁶ H. Stadler Panzer, Die Tellmonumente von Altdorf, s. Anm. 3, 85.



Abb. 4: Plakat der Tell Aufführung in Altdorf von 1899 mit einem Zitat von Kisslings Werk. Farblithographie; 121 x 84,5 cm, aus: M. Heuser und I.M. Wirtz (Hg.), Tell im Visier, Plakate aus der Schweizerischen Nationalbibliothek, Zürich 2007, 81.

Nicht alle Darstellungen von Tell in der Kunst nehmen das bildliche Vater-Sohn-Motiv auf. Beispielsweise stellt Ferdinand Hodler in einem seiner Gemälde den Helden anders dar (Abb. 5). Das Schwurmotiv spielt hier die zentrale Rolle. Die Armbrust wird nicht unbesorgt auf der Schulter getragen, sondern parallel zum Körper gehalten. Der linke Arm umfasst nicht mehr fürsorglich die Schulter des kleinen Walther, sondern hält mit einer Geste von Selbstbewusstsein die Waffe. Dennoch verweist diese Darstellung immer noch auf die meisterhafte Leistung, die dem Kind das Leben gerettet hat. Dieser aufrichtige, starke Tell wird in einer Karikatur von Friedrich Dürrenmatt dekonstruiert (Abb. 6). Dieser übernimmt die Züge der Figur; doch die Technik, die schnelle Linie der Zeichnung, der übertriebene Bart und die Gesichtszüge machen aus dem grossen Helden ein kleines primitives Männlein, das sich an der Armbrust festzuhalten scheint.⁷

⁷ Zu Tell-Karikaturen von Dürrenmatt s. U. Weber, Tells Fehlschlüsse in Dürrenmatts Werk, in: M. Heuser und I.M. Wirtz (Hg.), Tell im Visier, Plakate aus der Schweizerischen Nationalbibliothek, Zürich 2007, 291–303.



Abb. 5: Ferdinand Hodler, Wilhelm Tell, 1896–1897, Öl auf Leinwand, 256 x 196 cm, © Kunstmuseum Solothurn. Vermächtnis Frau Margrit Kottmann-Müller in Erinnerung an ihren Ehemann Dr. Walther Kottmann, 1958.



Abb. 6: Friedrich Dürrenmatt, Tell Karikaturen, 1975, Schwarzer Filzstift auf Papier, © Sammlung Liechti, Grenchen.

Diese wenigen Beispiele heben zwei Tendenzen hervor: erstens die Bildung von festen Attributen der Figur, die in der Spannung zwischen Sicherheit, Selbstbewusstsein, Heldentum auf der einen Seite und Fürsorge und Schutz auf der anderen angesiedelt sind. Dann die Tendenz zur Variation, die – wenn man Kissling, Hodler und Dürrenmatt vergleicht – auch eine beträchtliche Spannbreite aufweisen kann.

Nicht zuletzt durch die künstlerische Bearbeitung der Erzählungen um die Figur von Tell wurden feste Attribute wie der Apfel, der Sohn, die Armbrust und die mit ihnen assoziierten Symbole und Bedeutungen so verbreitet, dass sie auch im selbständigen Vorkommen unmittelbar zur passenden Tradition zurückgeführt werden können. Wie ein altgriechischer Mythos wird das Erzählen um Wilhelm Tell variiert und verändert, dennoch kontinuierlich durch unterschiedliche Epochen, soziale Schichten und kulturelle Umfelder tradiert. Auch die stärksten Verfremdungen vermögen es nicht, die Figur aus seiner Tradition so zu entfernen, dass sie unkenntlich würde.

Der Mythos in politischer und konsumorientierter Werbung

Die Verbindung zwischen Verfremdung des Tell-Motivs und seiner Einbettung in die Tradition kann gut aufgrund seiner Verwendung in der Werbung aufgezeigt werden. Wie Abb. 4 bereits beweist, beginnt das Zitieren der Altdorfer Plastik im ausgehenden 19. Jahrhundert. War es damals noch in einem engen Zusammenhang mit Schillers und Kisslings Werk verbunden, taucht es im 20. Jahrhundert in den verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen mit unterschiedlichsten Zwecken auf. Die hier vorgenommene Auswahl an Beispielen fokussiert, wie bereits angekündigt, das Motiv des Vater-Sohn-Verhältnisses. Dennoch muss daran erinnert werden, dass die Vielfalt der Beispiele auch ganz unterschiedliche Konstellationen miteinschließt.⁸

Wilhelm Tell und Walther treten als Zitat von Kisslings Denkmal oder als Variation davon in politischen Debatten in Erscheinung. Drei ausgewählte Plakatsbeispiele beziehen sich auf unterschiedliche Werbekampagnen im Umfeld von nationalen Abstimmungen (Abb. 7, 8, 9).

⁸ Vgl. dazu die Plakatkollektion der Nationalen Bibliothek auf <http://posters.nb.admin.ch> (10.7.2009) und Heuser/I.M. Wirtz (Hg.), *Tell im Visier*, s. Anm. 7.



Abb. 7: Farblithographie ; 126,5 x 90,5 cm, 1950, Heiri Strub © Graphische Sammlung, Schweizerische Nationalbibliothek/NB.



Abb. 8: Serigraphie, 128,5 x 91 cm, Schumacher Hugo, 1979 © Graphische Sammlung, Schweizerische Nationalbibliothek/NB.

Die gleiche Konstellation wird in diesen Beispielen ganz verschieden eingesetzt und mit unterschiedlichen Inhalten in Verbindung gesetzt.

Abb. 7 kann in drei Bereiche unterteilt werden. Im Vordergrund werden Tell und Walther mit Attributen aus der Arbeiterschicht verbunden, wobei die Armbrust in Bauernwerkzeuge umgewandelt ist. Die Blickrichtung übernimmt das Altdorfer Modell, der Kleine schaut zum Vater, der den Blick nicht erwidert, sondern nach vorne schaut. Der Blick ist hier nicht eindeutig, vielleicht drückt er Müdigkeit aus. Die zwei Figuren halten sich in gewohnter Weise die Hände und weisen einen dynamischen Schritt auf. Im Hintergrund erkennt man zwei Motive: Auf der linken Seite, passend zum Satz «Kämpft gegen die modernen Vögte, Trusts und Monopole» erkennt man das Hutmotiv, assoziiert mit Symbolen für den Kapitalismus. Auf der rechten Seite stehen die Fabrik und das Programm der Partei der Arbeit: «Für Frieden, Arbeit, Brot, für den sozialen Fortschritt». Der Hintergrund ist im für die Linke typischen Rot gehalten, die Figuren in Weiss, Grau und Schwarz. Von diesen drei Bildelementen stammen zwei explizit aus der Tell-Tradition und weisen einen metaphorischen Charakter auf, der durch die Aktualisierung von Attributen (die Dollar- und Frankensäcke unter dem Hut, die Schaufel und der Pickel auf Tells Schulter und die Bekleidung der Hauptfiguren) untermauert wird. Die Fabrik drückt hingegen den unmittelbaren politischen und sozialen Kontext der Produzenten und Adressaten des Plakates aus.

Aus einer anderen, späteren politischen Debatte stammt Abb. 8, die mit der Reproduktion eines Details von Kisslings Werk arbeitet. Das Plakat unterbreitet eine klare Meinung gegen die Atomkraft und bittet um finanzielle Unterstützung. Der Hintergrund ist in einem Farbverlauf von einem elektrisierenden Gelbton zu einem leuchtenden Hellblau gehalten, der die Konturen der Plastik so betont, als sei diese bzw. deren Umwelt bereits radioaktiv. Die Aktualisierung des Tell-Zitates spielt sich in der Schrift und in der genannten psychedelischen Farbauswahl ab.

Beide Plakate verwenden das Wilhelm-Walther-Motiv im Spannungsfeld zwischen Gefahr (Kapitalismus, Atomkraftwerke) und Schutz (Sicherung der Arbeit, Umweltschutz). Der selbstbewusste, fürsorgliche Schweizer Held wird zur Chiffre für die Verantwortung – im älteren Fall der Schweizer Bürger, im späteren der Bürger und der Bürgerinnen (!) – gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt. Die Kampagnen fordern Abstimmende aus einer eher linken Sparte auf, die Schweiz vor dem, was als grösste Bedrohung empfunden

wird, zu schützen. So wie der Vater den Sohn vor Gessler rettete, sollen die Adressaten gegenüber der Schweiz Ähnliches tun. Der Zugriff auf Tell erlaubt es, die nationale Relevanz der Abstimmung und der debattierten Themen durch eine visuelle Strategie effizient und unmissverständlich darzustellen. Dabei wird es ersichtlich, dass die Plakate mit Symbolen, Metaphern und Analogien arbeiten.

Es mag erstaunen, dass Wilhelm Tell gerade in rot-grünen Lagern eingesetzt wird, da der automatische Verweis auf den nationalen Helden fast obligatorisch zu Institutionen wie die Pro-Tell-Gesellschaft assoziiert wird, die für ein freiheitliches Waffenrecht in der Schweiz auftritt und in einer ganz anderen politischen Szene angesiedelt ist.⁹ Die in den zwei Plakaten vorkommenden Elemente stellen einerseits einen Bezug zur Schweiz als Nation her, andererseits sind sie ein Versuch, die Relevanz der Botschaft für alle hervorzuheben, und nicht nur für das eigene Lager.¹⁰

Auch bürgerliche Parteien rekurrieren auf die Urschweizer Ikone, wie Abb. 9 paradigmatisch zeigt. Im SVP-Plakat von 2007 hat der fürsorgliche Vater die Armbrust gegen eine überdimensionierte Drogenspritze ausgetauscht. Dadurch wirkt die liebevolle Handgeste gegenüber dem Sohn als ambivalent und nimmt eine extrem negative Konnotation auf. Die Farbgebung ist sehr nahe an Abb. 7 in einem dominanten roten Ton gehalten, der möglicherweise Gefahr signalisiert. Die Schrift fordert den Betrachter auf, gegen Drogenliberalisierung einzutreten. Auch in diesem Fall arbeitet das visuelle Programm sehr ähnlich: Das Zitat aus der nationalen Tradition erinnert an die allgemeine Relevanz der Suchtproblematik, die Vater-Sohn-Beziehung spielt sich wiederum im Gegensatzpaar Gefahr – Fürsorge ab. Es ist jedoch interessant zu beobachten, dass die Umwandlung der Armbrust hier eine ganz andere Funktion übernimmt als in Abb. 7. Dort standen Schaufel und Pickel als Identifikationssymbole für eine bestimmte soziale Sicht: Während der «historische» Tell die Armbrust mit sich trug, weil er ein Jäger und Schütze war, trägt der Held aus den 50er Jahren die für ihn aktuellen Arbeitswerkzeuge mit. Die Spritze hingegen macht den Helden zum Aussenseiter, der am Rand der Gesellschaft lebt: Sie verweist auf Sucht, Abhängigkeit, Übertragung von Krankheiten,

⁹ Vgl. <http://www.protell.ch/> (10.7.2009).

¹⁰ Das Plakat von 1950 wurde von der Arbeiterpartei vermutlich für die Gemeinde- und Stadtratswahlen Zürich im März 1950 in Auftrag gegeben; das Plakat von 1979 von der Eidgenössischen Atomschutzinitiative in Basel anlässlich der Volksabstimmung vom 18. Februar 1979 «Zur Wahrung der Volksrechte und der Sicherheit beim Bau und Betrieb von Atomanlagen» (<http://ccsa.admin.ch:80/cgi-bin/gw/chameleon>, 14.7.2009, Signaturen SNF_POL_595 und SNF_1979_74).

Unfähigkeit zur Arbeit, Sozialhilfe. Würde man den Drogenkonsum legalisieren, dann wäre jeder Süchtige ein solcher Tell, ein Held einer dekadenten, verwerflichen Schweiz, der die Vaterpflicht nicht mehr erfüllen kann. Der Appell an die Verantwortung arbeitet hier mit einem Schreckensszenario, indem die Ikone in seiner politisch-moralischen Konnotation verdreht wird.



Abb. 9: Pulsion. Agence de communication SA, Un shoot pour nos enfants?, 2007, Offsetdruck, 128 x 90 cm © Graphische Sammlung, Schweizerische Nationalbibliothek/NB.

Wilhelm Tell hat nicht nur in politischen Debatten unterschiedlicher Couleur Erfolg, sondern auch in der Werbung für kommerzielle Zwecke. Mit ihm hat man für Eier, Äpfel, touristische Ressorts, Waschmittel, Telefone und Fotomaterial geworben. Die ausgewählte Konstellation kommt auch in einer Levi's-Kampagne von 1973 vor (Abb. 10). Auf einem schwarzen Hintergrund mit dem Brand der US-amerikanischen Firma ist eine leicht abgeänderte, zum Teil kolorierte Fotografie von Kisslings Werk zu sehen: Wilhelm trägt eine enganliegende Jeans in klassischem Indigo, Walther ein sportliches, kindgerechtes gelbes Modell der weltberühmten Hose. In dieser modischen Aufmachung erscheinen Vater und Sohn als lässige Freunde, die man sich mitten in einem Pop-Konzert-Publikum vorstellen kann. Die Generationsgrenzen verwischen durch den gekonnten

Umgang mit passender 70er Jahre Mode. Was in vielen Familien zu Konflikten zwischen Eltern und Jugendlichen über angemessene Bekleidung und Standesbewusstsein führt, wird hier von der männlichen Seite einer «heiligen» Familie mit *nonchalance* und Harmonie bewältigt. Der ältere Vater passt sich den Zeiten an und kauft auch dem Kleinen eine tolle modische, nicht ganz billige Markenhose. Ein internationaler Konzern setzt eine lokal verankerte Tradition ein, um einen *style of life* zu propagieren, der einen irritierenden aber harmlosen Kontrast zu Werten wie Fürsorge und Heldentum aufweist. Diese werden nicht kritisiert, sondern auf direkte, ironische Weise aktualisiert. Das Bild fügt sich in die Spannung zwischen Geschichte und Tradition auf der einen Seite und Modernität und Mode auf der anderen Seite ein.



Abb. 10: Young & Rubicam, Levi's, 1973, Offsetdruck, 128 x 90,5 cm, Imprimeries Réunies, Lausanne © Graphische Sammlung, Schweizerische Nationalbibliothek/NB.

Ein Mythos im Spannungsfeld zwischen Medien und Religion

Aus kommunikationstheoretischer Perspektive ist es aufschlussreich zu beobachten, wie flüssig die Grenzen zwischen unterschiedlichen Medien im Tradierungsprozess sind. Motive, aus unterschiedli-

chen Umfeldern stammend, werden durch Schillers literarische Bearbeitung auf neue Weise zugänglich und tradierbar gemacht. In der besonderen sozio-historischen Konstellation des ausgehenden 19. Jahrhunderts wird Schillers Theaterstück zum kanonischen Klassiker stilisiert und durch die in vielen Ortschaften aufgeführten Tell-Spiele einem breiten Publikum vorgeführt. Literarische Bearbeitungen und Kunstproduktion bedingen sich gegenseitig und zeitigen eine Wechselwirkung auf der diachronen Ebene. Tell ist nicht nur Sujet von Produktionen für Eliten, sondern wird in viele unterschiedliche mediatische Diskurse aufgenommen. Hier stand die Werbung im Mittelpunkt, während Musik und Performances, Film, öffentliche Reden, Printmedien, TV und Radio ausgeblendet wurden, obwohl es auch in diesen Bereichen eine breite Aufnahme dieses Erzählstoffes gibt. Angesichts einer solchen Tradition wäre es fehl am Platz, Populäres von Kunstvollem unterscheiden zu wollen, denn die Geschichte Tells ist in vielen Bereichen der Kultur verbreitet.

Ist es berechtigt, angesichts dieser Diffusion von einem Mythos zu sprechen? Rechtfertigt der Bekanntheitsgrad der Erzählung, sie als «Mythos» zu bezeichnen? Und was soll eine solche Klassifizierung überhaupt leisten?

In der religionswissenschaftlichen Theoriebildung kann eine Mythosdefinition dazu eingesetzt werden, um einen Vergleich zwischen tradierten narrativen Programmen herzustellen, die eine Orientierungsfunktion für eine bestimmte Kollektivität ausüben. In Bezug auf die ausgewählte Fallstudie wären die Mythosdefinitionen von Marshall McLuhan, Walter Burkert oder Fritz Stolz aufschlussreich, wobei jeder Ansatz es erlaubt, unterschiedliche Aspekte hervorzuheben.

Mit McLuhan könnte man die Kommunikationsleistung des Tell-Mythos hervorheben: Nach diesem Ansatz ist der Mythos stets Kommunikation und deshalb Medium.¹¹ In der Denkwelt von «the medium is the message» wird der Mythos als eine Macht verstanden, die auf subliminale Weise knapp unter der Oberfläche der Wahrnehmung wirkt. «For myth is always a montage or transparency comprising several external spaces and times in a single image or situation»: Der Mythos entfaltet seine Wirkung nicht durch einen transparenten Inhalt, sondern als Medium auf unmittelbare Weise.¹²

¹¹ Vgl. M. McLuhan, *Myth and Mass Media*, in: H.A. Murray (Hg.), *Myth and Myth-making*, New York 1960, 288–299.

¹² Ebd., 299.

Dieser Zugang könnte in Bezug auf die betrachteten Werbeplakate erhellend sein: Die Tell-Reproduktionen wirken unvermittelt, bevor der bewusste Prozess der Rekonstruktion der Narration einsetzt. Dennoch scheint es sinnvoll, auch einen Blick auf die inhaltliche Dimension der Erzählung zu werfen, und zwar, mit Stolz argumentierend, sowohl im Hinblick auf ihre syntagmatische als auch paradigmatische Ebene.¹³ Aus syntagmatischer Perspektive beschreibt die Geschichte Tells einen Transformationsprozess, der von einem labilen Urzustand (politische Unterdrückung durch das politische System, Ungerechtigkeit, Umkehrung der Vater-Sohn-Beziehung) zu einem stabilen Jetzt-Zustand (Gerechtigkeit, Befreiung von der Unterdrückung, Fürsorge des Vaters für das Kind) führt. Paradigmatisch kann der so verstandene Tell-Mythos als allgemeine Orientierung in einem demokratischen Staat dienen, indem er die Qualität und den Wert einer gesellschaftlichen Ordnung begründet:

«Die hier zur Anwendung gebrachte Definition des Mythos erfolgt also auf zwei Ebenen. Dessen Tiefenstruktur besteht in einer irreversiblen Anreihung von Bedeutungsträgern, welche einen Vorgang konstituieren. Diese Tiefenstruktur ist an der Oberfläche in besonders vielen Kulturen durch die Erzählung im engeren Sinne des Wortes, allenfalls durch andere Redeformen realisiert; doch gibt es auch andere, z.B. visuelle oder handlungsmässige Realisierungsmöglichkeiten».¹⁴

Dieser Zugang erleichtert auf theoretischer Ebene den Vergleich zwischen den unterschiedlichen Medien, in denen man auf den Erzählstoff um Tell stösst.

Im Rahmen einer religionsgeschichtlichen Betrachtung traditioneller, antiker Kulturen entwickelt, verbindet diese Definition den Mythos unmittelbar mit einer religiösen Funktion:

«Das wesentliche Merkmal des so verstandenen Mythos ist, dass er einen Vorgang wiedergibt; einzelne bedeutungsvolle Szenen folgen sich in einer bestimmten Sequenz. Der Vorgang vermittelt eine religiöse Orientierung».¹⁵

Ist die Geschichte von Wilhelm Tell also «religiös»? Würde man die religiöse Funktion als eine verbindliche Form von Orientierung sehen, dann könnte diese Frage bejaht werden.

¹³ F. Stolz, Mythos, II. Religionsgeschichtlich, in: TRE 23, 608–625.

¹⁴ Ebd., 613.

¹⁵ Ebd., 612.

Burkert, der Mythos im Kontext der altgriechischen Religion konzeptualisiert, fasst seine Überlegungen zum Mythos wie folgt zusammen:

«Mythos ist eine traditionelle Erzählung, die als Bezeichnung von Wirklichkeit verwendet wird. Mythos ist angewandte Erzählung. Mythos schreibt bedeutsame, überindividuelle, kollektiv wichtige Wirklichkeit [...]. Trotzdem ist Mythos oft die grundlegende, allgemein akzeptierte, oder jedenfalls die erste und älteste Verbalisierung einer komplexen Wirklichkeitserfahrung, die primäre Weise, darüber zu sprechen, so wie ja das Erzählen sich als eine ganz elementare Form der Kommunikation erwiesen hat».¹⁶

Indem der Mythos Vielheit in Allgemeinheit transformiert, erzeugt er bei seinen Adressaten eine Chance, Sinn und Zweck des Lebens zu finden.

Obwohl sie aus ihrem – in den Fällen von Burkert und Stolz antiken und traditionellen – Bezugskontext herausgerissen und in Zusammenhang mit dem hier behandelten Beispiel gesetzt werden, können Aspekte dieser Theoriebildungen zum Mythos helfen, bestimmte Mechanismen der Tradierungsprozesse besser zu verstehen. In den betrachteten Beispielen, die vor allem die Vater-Sohn-Beziehung behandeln, lassen sich beispielsweise die syntagmatische und die paradigmatische Funktion der Tell-Narrative gut isolieren. Auch das kollektive Orientierungspotential ist wichtig, wenn man die Pragmatik der visuellen Programme untersucht, denn das Zitieren der Wilhelm-Walther-Konstellation zielt direkt auf eine bestimmte Ordnung, die politisch realisiert wird, aber dennoch auf transzendenten Dimensionen gründet. Würde man diese Linie weiter verfolgen, könnten die Fragen nach den latenten Mythen, den expliziten und impliziten religiösen (in diesem Fall christlichen) Verweisen und den zivilreligiösen Aspekten vertieft werden. Man könnte sich auch in eine andere Richtung bewegen und versuchen, Roland Barthes folgend, den Tell-Mythos als Sinnsystem einer bürgerlichen, dekadenten Konsumwelt zu dekonstruieren.¹⁷ Hier wäre Abb. 6 relevant, die Dürrenmatts Zugang zum nationalen Helden visualisiert.

¹⁶ W. Burkert, *Mythisches Denken*, Versuch einer Definition an Hand des griechischen Befundes, in: H. Poser (Hg.), *Philosophie und Mythos. Ein Kolloquium*, Berlin/New York 1979, 16–39, 29.

¹⁷ R. Barthes, *Mythologies*, Paris 1957.

Mit diesem Beitrag geht es mir darum, die mythische Leistung einer Erzählung zu erkunden, die sowohl Pierre und mir als Orientierungsrahmen durch das Leben dient. Es ging auch darum zu zeigen, wie spannend die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Medien im Rahmen von Traditionsbildungen sein kann. Dass ich diese Forschungsstränge akademisch verfolgen kann, verdanke ich in grossen Massen dem 60-jährigen Geburtstagskind und dafür bin ich ihm sehr dankbar.

— Dr. Daria Pezzoli-Olgiaiti ist SNF-Förderungsprofessorin für Religionswissenschaft an der Universität Zürich.